

**PENGARUH LABELISASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI SYARIAH HOTEL SOLO**

Abdul Haris Romdhoni¹, Iin Emy Prastiwi², Suyanto³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

Email: harisromdhoni27@yahoo.com

Abstrak : *Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Labelisasi Halal dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Syariah Hotel Solo. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik yang dikumpulkan berupa data primer dengan melalui angket yang disebar kepada responden yang disebut dengan kuisioner. Teknik Pengumpulan data menggunakan teknik Purposive Sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu menggunakan kriteria-kriteria tertentu seperti tamu yang menginap atau tamu repeater sebanyak 96 responden di Syariah Hotel Solo Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil Variabel Labelisasi Halal berpengaruh positif signifikan dan Kualitas Produk berpengaruh negative signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini dibuktikan melalui Uji t dengan program SPSS 23. Sebagai bentuk implikasi dari penelitian ini diharapkan agar Variabel-variabel yang berpengaruh dapat dijadikan evaluasi dan dipertahankan menjadi lebih baik lagi untuk Syariah Hotel Solo sebagai pengukur kualitas produk-produknya*

Kata Kunci: *Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Hotel*

PENDAHULUAN

Dimasa sekarang ini banyak produk-produk illegal yang terjual di pasaran, hal ini akan menyebabkan produk-produk yang tidak baik di konsumsi semakin marak beredar. Dari hal ini, maka pentingnya pengecekan dan labelisasi halal suatu produk. Labelisasi Halal termasuk dalam salah satu hal yang perlu diperhatikan di dalam pembelian suatu produk. Menurut UUD RI nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal, label halal adalah tanda kehalalan dari produk. Telah kita ketahui bersama, banyak penelitian yang telah membuktikan bahwa di era sekarang ini konsumen sering dihadapkan dengan masalah produk-produk yang mengandung produk yang haram, maka dari itu diperlukan pelabelan halal pada sebuah produk untuk menciptakan rasa aman dan nyaman di dalam diri seorang konsumen.

Konsumen di dalam lingkungan bisnis mempunyai peran yang penting, karena konsumen merupakan faktor pendukung suatu bisnis agar tetap berjalan dan berkembang. Konsumenlah yang menggunakan hasil dari produksi dari suatu usaha, hal tersebut menjadi tantangan yang sulit karena selain harus menghasilkan suatu produk yang unggul pelaku bisnis juga dituntut untuk bisa menciptakan kenyamanan, keamanan serta kepuasan konsumen. Konsumen sekarang sangat berbeda dengan konsumen zaman dahulu, konsumen sekarang merupakan konsumen yang masuk dalam kategori sangat kritis, mereka menuntut adanya produk berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif serta pelayanan yang prima. Maka dari itu salah satu cara untuk menjamin tercapainya keselarasan pelaku bisnis haruslah memiliki strategi pemasaran yang baik. Strategi Pemasaran pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan dari konsumen, strategi pemasaran sendiri adalah strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit

bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok (Sunyoto, 2015).

Salah satu penelitian terdahulu yang menjadi relevansi atau keterikatan dengan penelitian ini adalah karya Anggraini N. P., (2018) dengan Judul Pengaruh Labelisasi Halal ,Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. Dengan hasil Variabel labelisasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin baik penilaian konsumen terhadap prosuk tersebut maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.

Selain strategi pemasaran yang baik pelaku bisnis juga harus memahami mengenai perilaku konsumen, Ilmu perilaku konsumen merupakan suatu cara untuk mempelajari bagaimana individu, kelompok maupun organisasi memilih, membeli, menggunakan serta memanfaatkan suatu produk dalam rangka memuaskan kebutuhan mereka (Morissan, 2010). Semua strategi pemasaran didasarkan pada perilaku konsumen, pemahaman mengenai perilaku konsumen terutama pada kepuasan konsumen. Hal ini mendatangkan keuntungan kompetitif yang berarti karena dengan adanya pemahaman terhadap perilaku konsumen kita dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang kita tawarkan. Rasa puas pada konsumen ini akan mendorong minat konsumen untuk kembali mengulang perilaku pembelian dan jika konsumen merasa tidak puas dengan kualitas produk maka menimbulkan kekecewaan yang pada akhirnya akan menghentikan perilaku pembelian. Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Gaspersz v., 1996)

Dalam suatu usaha kualitas produk adalah hal yang harus diperhitungkan ketika kita akan memulai sebuah usaha, dengan mendahulukan kualitas produk yang baik akan membuat konsumen puas dan yakin untuk mengulangi suatu pembelian atau penggunaan produk dan sebaliknya ketika kualitas produk tersebut buruk maka konsumen tidak akan membeli produk tersebut untuk kedua kalinya. Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan (Kotler P. G., 2012) . Jadi kualitas produk merupakan keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan yang berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik yang memungkinkan produk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan (Kotler P. K., 2007). Label adalah cap yang terdapat di kemasan dan mengandung suatu informasi tentang produk yang tercetak pada kemasan. Halal adalah fatwa tertulis dari MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya (Umar, 2005). Kepercayaan konsumen (*customer trust*) sebagai katalis dalam transaksi lembaga keuangan syariah dengan nasabah sebagai konsumen agar kepuasan nasabah tercapai sesuai yang diharapkan (Prastiwi, 2018).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dalam penelitian ini peneliti mengambil judul “Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Syariah Hotel Solo. Pada penelitian kali ini peneliti mengambil lokasi penelitian di Syariah Hotel Solo Jl. Adi Sucipto No.47, Gonilan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57175

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah semua tamu yang menginap di Syariah Hotel Solo selama April 2020 sampai April 2021 sejumlah 2216 orang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Metode pengambilan sampel dilakukan di Syariah Hotel Solo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Nonprobability Sampling*, melalui teknik *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel berdasar kejadian kebetulan, yaitu siapa saja yang dianggap tepat dan secara kebetulan bertemu peneliti yang dapat dijadikan sampel. Dalam penelitian ini sampel yang akan digunakan berjumlah 96 responden menggunakan rumus slovin.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan, yaitu variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas). Dalam penelitian ini variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Konsumen sedangkan variabel independen yang digunakan adalah X1 Labelisasi Halal dan X2 Kualitas Produk. Metode Analisis Data menggunakan analisis regresi linier berganda. Sebelumnya menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk kuesioner, dan uji akumsi klasik sebelum data diolah regresi linier berganda dengan SPSS. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji Normalitas, Auto korelasi, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas dan hasilnya semua lolos uji asumsi klasik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data yang digunakan untuk mengetahui hubungan dari variabelvariabel yang ada didalam penelitian. Dalam pengujian ini menggunakan Uji Statistik meliputi Uji F, Uji t dan Uji Koefisien Determinasi.

Hasil uji F disajikan sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji F (Uji Simultan)

Model Penelitian	F _{hitung}	F _{tabel}	P _{value}	Keterangan
Kepuasan Konsumen	4,823	3,091191	0,010	Signifikan

1. Pengujian Hipotesis pertama

H₁: Variabel Labelisasi Halal dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Dari hasil output diatas diketahui bahwa $0,010 < 0,05$. Artinya ada pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dapat diketahui juga melalui F-hitung dan F-tabel, berdasarkan hasil olah data diperoleh hasil F-hitung = 4,823 dan F-tabel = 3.091191 maka $4,823 > 3.091191$. Sehingga H₃ diterima, artinya Labelisasi Halal dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t dalam penelitian ini dilakukan dengan program SPSS 23. Apabila nilai p value (sign α) $\leq \alpha$ maka artinya Ho ditolak dan apabila nilai p value (sign

$\alpha) > \alpha$ maka H_0 diterima. Dengan menggunakan signifikansi $\alpha = 5\%$ atau $0,05$. Hasil uji t disajikan sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil uji t (uji Parsial)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	P value	Simpulan
Labelisasi Halal	2,308	1,985	0,023	Signifikan
Kualitas Produk	-2,114	1,985	0,037	Signifikan

2. Pengujian Hipotesis kedua

H_2 : Variabel Labelisasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil uji t variabel Labelisasi Halal sebesar nilai $t = 2,308$ dengan probabilitas sebesar $0,023$. Nilai signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$, sehingga dapat diartikan bahwa nilai Labelisasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Selain itu juga dapat dilihat dari t -hitung dan t -tabel, dari hasil olah data diperoleh hasil t -hitung = $2,308$ dan t -tabel = 1.98498 . Maka $2,308 > 1.98498$. Sehingga H_2 diterima, artinya Labelisasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga

H_3 : Variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil uji t variabel Kualitas Produk sebesar nilai $t = 2,114$ dengan probabilitas sebesar $0,037$. Nilai signifikansi sebesar $0,037 < 0,05$, sehingga dapat diartikan bahwa nilai Kualitas Produk berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap Kepuasan Konsumen. Selain itu juga dapat dilihat dari t -hitung dan t -tabel, dari hasil olah data diperoleh hasil t -hitung = $2,114$ dan t -tabel = 1.98498 . Maka $2,114 > 1.98498$. Sehingga H_3 diterima, artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Nilai Detrminasi R-Square jika dilihat dari nilai Adjusted R-square menunjukkan $0,362$. Artinya Variabel Labelisasi Halal dan Kualitas Produk memiliki proporsi pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar $36,2\%$ sedangkan sisanya $63,8\%$ ($100\% - 63,8\%$) dipengaruhi variabel lain yang tidak ada di dalam model regresi linier tersebut. Penelitian ini dapat dikatakan baik bila memiliki proporsi diatas 30% untuk penelitian kuesioner.

Pembahasan

1. Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Kepuasan Konsumen.

Labelisasi Halal adalah pemberian tanda halal atau bukti tertulis sebagai jaminan suatu produk halal dengan tulisan Halal dalam huruf Arab, huruf lain dan motor kode dari menteri yang dikeluarkan atas dasar pemeriksaan halal dari lembaga pemeriksaan halal yang dibentuk MUI, sertifikat halal merupakan jaminan yang sah bahwa produk yang dimaksud adalah halal dikonsumsi serta digunakan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan syariah.

Dari hasil persamaan regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar $0,235$. Hasil estimasi variabel Labelisasi Halal sebesar nilai $t = 2,308$ dengan probabilitas sebesar $0,023$. Nilai signifikansi sebesar $0,023$ lebih kecil dari $0,05$, sehingga dapat diartikan bahwa nilai Labelisasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan

Konsumen. Artinya jika produk yang dijual di Syariah Hotel Solo sudah berlabelkan halal, terverifikasi halal LPPOM MUI dapat menambah keyakinan *customer* dalam menggunakan produk tersebut. Dengan demikian customer Syariah Hotel Solo merasa lebih yakin dan nyaman menggunakan produk-produk barang dari Syariah Hotel Solo karena sudah terlabelisasi halal sah dari MUI sehingga konsumen puas.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Anggraini dan Suyoko (2018) dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen”. Yang mendapatkan penelitian dengan hasil Variabel Labelisasi Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dimana semakin baik penilaian konsumen terhadap produk tersebut maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat. Dengan penelitian lainnya milik Latifah (2015) dengan judul “Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”. Hasil yang diperoleh Label Halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Salah satu keunggulan dalam persaingan bisnis penjualan produk adalah dalam kualitas produk itu sendiri. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar. Perusahaan harus dapat menciptakan produk yang sesuai keinginan konsumen. Dengan begitu semakin bagus kualitas produk maka semakin puas konsumen menggunakan produk tersebut.

Dari hasil persamaan regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah negatif sebesar 0,230. Hasil uji t variabel Labelisasi Halal sebesar nilai $t = -2,114$ dengan probabilitas sebesar 0,037. Nilai signifikansi sebesar 0,037 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa nilai Kualitas Produk berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap Kepuasan Konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas produk, maka menurunkan kepuasan konsumen. Hal ini dapat di jelaskan dengan adanya faktor lain yang mempengaruhi kualitas produk terhadap konsumen, misalnya harga yang cukup tinggi bagi beberapa konsumen.

Produk makanan yang dijual Syariah Hotel Solo memiliki ciri khas timur tengah yang bercita rasa tinggi dan bervariasi ragamnya. Misalnya menu makanan dengan varian nasi kebuli, nasi kabsah kambing, kebab, roti Maryam dan masih banyak lagi yang sudah terverifikasi halal. Untuk fasilitasnya di gedungnya sendiri memiliki mushola dan alat solat disetiap lantai gedungnya. Semakin tinggi dan berkelas kualitas produk, kepuasan konsumen berkurang, karena terpengaruh harga yang lebih tinggi dibanding kualitas yang biasa. Namun hal ini bukan masalah bagi konsumen yang kaya, untuk acara besar dan berkelas, para pejabat, kualitas ini sudah bagus dengan harga yang terjangkau.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Latifah (2015) berjudul “Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”. Dengan hasil variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasannya yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini Variabel Labelisasi Halal berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai p value (sign

α) yang lebih kecil dari nilai α maka artinya H_1 diterima. Nilai signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$ dapat diartikan bahwa Labelisasi Halal berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan Variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai p value (sign α) yang lebih besar dari nilai α maka artinya H_2 diterima. Nilai signifikansi sebesar $0,037 < 0,05$ dapat diartikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh negatif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Inayah Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan jurnal skripsi dengan judul “Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Syariah Hotel Solo”. Penulis menyadari selesainya jurnal skripsi ini atas bantuan berbagai pihak. Karena itu kami mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh staf dan manajemen Syariah Hotel Solo yang telah memberikan kesempatan dan bantuan untuk penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N. P. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Volume 7 Nomor 3.
- Anggraini, dan Suyoko. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui kepuasan Pelanggan.
- Gaspersz, v. (1996). *Ekonomi Manajerial Penerapan konsep-konsep bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Gaspersz, V. (1996). *Ekonomi Manajerial Penerapan konsep-konsep bisnis dalam manajemen bisnis total*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P. G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi ke 12*. Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler, P. K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi ke 12*. Jakarta: PT.Indeks.
- Latifah, N. (2015). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Prastiwi, I. E. (2018). Pengaruh Persepsi Anggota pada Sharia Compliance, Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap Customer’s Trust yang Berdampak pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Bmt Amanah Ummah Sukoharjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 13.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.